

АННОТАЦИЯ

К рабочей программе дисциплины
«Маркетинговые исследования рынка»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль Стратегия развития бизнеса

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2года/2года и 4м.

Форма обучения очная/очно-заочная

Год начала подготовки 2024

Цель изучения дисциплины: формирование у обучающихся знаний в области структурированного анализа информации о рыночной ситуации, а также овладение современными умениями и навыками в области принятия управленческих решений, направленных на эффективное использование рыночных возможностей для развития бизнеса.

Задачи изучения дисциплины:

- получить современное теоретическое и практическое представление о методах анализа рынка;
- овладеть методами проведения маркетинговых исследований рынка;
- изучить основы формирования и развития маркетинговой информационной системы;
- сформировать практические навыки принятия решений, направленных на эффективное использование рыночных возможностей для развития бизнеса.

Перечень формируемых компетенций:

ПК-1 - Способен определить цели и задачи стратегических изменений в организации, сформулировать критерии оценки успеха реализации стратегии, основные параметры и ключевые показатели эффективности разрабатываемых стратегических изменений в организации;

ПК-3 - Способен выполнять стратегический анализ, включая анализ внутренних (внешних) факторов и условий, влияющих на деятельность организации, проводить оценку текущего и будущего состояния организации с использованием современных технологий и методов.

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: зачет